令和７年度
神奈川県商店街実態調査（アンケート）結果概要版

公益社団法人　商連かながわ

Ⅰ．調査の概要

１．調査の目的

本調査は、神奈川県内の商店街を取り巻く様々な環境の中で、商店街の加入状況、景況感等の状況並びに商店街の活性化活動の状況を把握し、その実態を明らかにすることにより、神奈川県内の商店街の将来への展望と活性化への方策などを検討するために実施するものです。

今年度は、商店街の会費と資金確保、事務にかかる労力、インバウンドを主なテーマに設定して調査をしました。

２．調査概要

（１）調査対象

	アンケート調査		ヒアリング調査
	配布数	回収数	訪問数
（公社）商連かながわ加入の商店街	62	46	17
（公社）商連かながわ未加入の商店街	8	7	1
合計	70	53	18

・回収数：５３票（回収率　７５.７　％）

地区名	対象市区町村
横浜地区（横浜市）	鶴見区（１）、神奈川区（１）、西区（１）、中区（４）、南区（１）、保土ヶ谷区（３）、磯子区（０）、金沢区（０）、港北区（１）、戸塚区（１）、港南区（１）、旭区（０）、緑区（０）、瀬谷区（０）、栄区（０）、泉区（０）、青葉区（２）、都筑区（０）
川崎地区（川崎市）	川崎区（３）、幸区（２）、中原区（１）、高津区（１）、多摩区（１）、宮前区（１）、麻生区（１）
横須賀・三浦地区	横須賀市（５）、鎌倉市（０）、逗子市（０）、三浦市（１）、葉山町（１）
県央地区	相模原市（２）、厚木市（２）、大和市（２）、海老名市（０）、座間市（１）、綾瀬市（０）、愛川町（１）、清川村（０）
湘南地区	平塚市（２）、藤沢市（２）、茅ヶ崎市（１）、秦野市（１）、伊勢原市（１）、寒川町（０）、大磯町（０）、二宮町（０）
県西地区	小田原市（２）、南足柄市（０）、中井町（０）、大井町（０）、松田町（０）、山北町（０）、開成町（０）、箱根町（１）、真鶴町（１）、湯河原町（１）

（２）調査方法・期間

①アンケート調査

- 郵送による発送、WebフォームまたはFAXによる回収
- 調査期間：令和７年５月７日～５月３０日

②ヒアリング調査

- 訪問によるヒアリング
- 調査期間：令和７年６月２４日～7月１１日

（３）集計方法

- 当アンケート調査では、回答方法が選択肢の中から一つを選ぶ単一回答、選択肢の中から複数の回答を選ぶ複数回答、そして回答者が設問内容に対して自由に回答する自由回答の3種類があります。
- 単一回答と複数回答の集計では、いずれも有効回答者数が５３であることから、構成比などを算出するときの母数は５３となります。
- なお、複数回答の設問では、回答数が５３を上回ることがあります。その事がわかるように各表の欄外に回答数のほかに、標本数を“n=53”と表記しています。
- また、回答する権利のある回答者数（標本数）が５３を下回る設問もあります。その場合の集計表には標本数を示す“n=16”や“n=8”のように欄外に表記しています。

（４）表記

- 図表の構成比（％）は小数点以下第２位を四捨五入しているため、合計しても100にならない場合があります。
- 2項目以上の率を算出する場合に、①各項目の件数を合算した上で全体に対する率を算出する方法、②各項目の率を四捨五入した後に合算する方法、いずれかを分析内容に応じて用いています。そのため、四捨五入の処理順序の違いにより、結果として0.1ポイント前後の差異が生じる場合があります。
- 商店街組織には商店会や商店街などがありますが、この報告書では商店街という表記で統一しています。

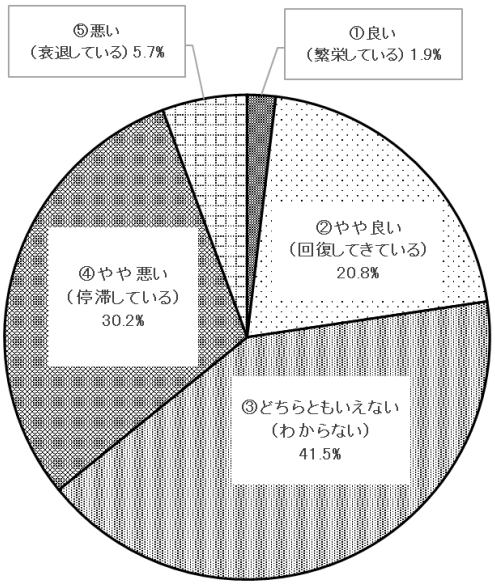
Ⅱ．アンケート結果のまとめ

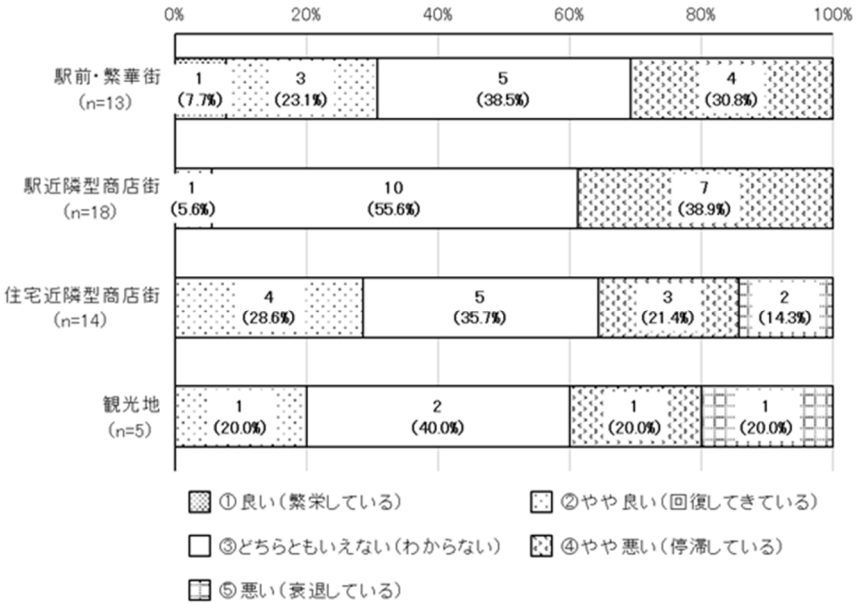
【約３分の１で景況感が厳しいとの見方、一方で約２割強が回復傾向との見方】

・最近の景況感については、「どちらともいえない（わからない）」（41.5%）が最多、「やや悪い（停滞している）」（30.2%）、「悪い（衰退している）」（5.7%）の合計が 35.9%で、約３分の１が景況感を厳しく見ています。

・「やや良い（回復してきている）」（20.8%）、「良い（繁栄している）」（1.9%）の合計は 22.7%でした。

・立地環境別では、回復傾向（「良い（繁栄している）」＋「やや良い（回復してきている）」）は「駅前・繁華街型」（30.8%）が最多、「住宅近隣型」（28.6%）、「観光地型」（20.0%）が続きます。厳しい評価（「やや悪い（停滞している）」＋「悪い（衰退している）」）は「観光地型」（40.0%）が最多、「駅近隣型」（38.9%）、「住宅近隣型」（35.7%）の順でした。





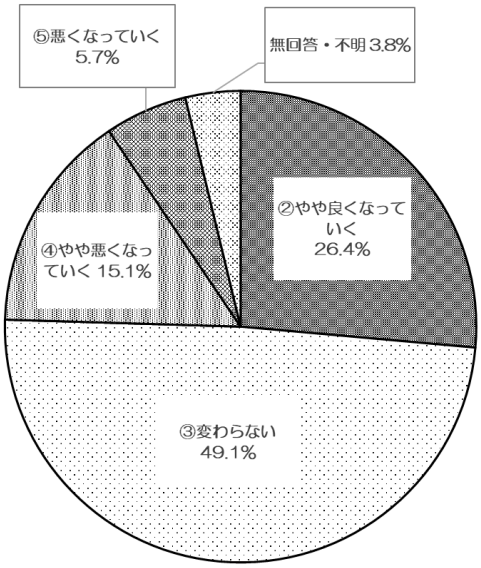
【今後の活性化の見通しは、約３割弱が回復傾向、約２割が厳しい見方】

・今後の活性化の見通しは、「変わらない」（49.1%）が最多。

・「やや良くなっていく」（26.4%）、「良くなっていく」（0.0%）の合計は 26.4%でした。

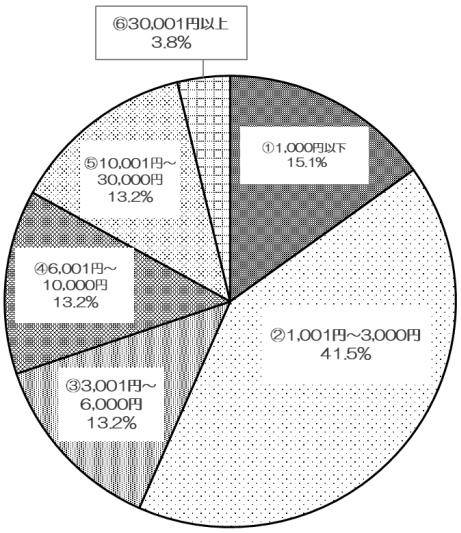
・「やや悪くなっていく」（15.1%）、「悪くなっていく」（5.7%）の合計は 20.8%でした。

・楽観的見通しが悲観的見通しを 5.6 ポイント上回ったものの、半数近くが「変わらない」と回答しており、全体としては慎重な見方が優勢です。



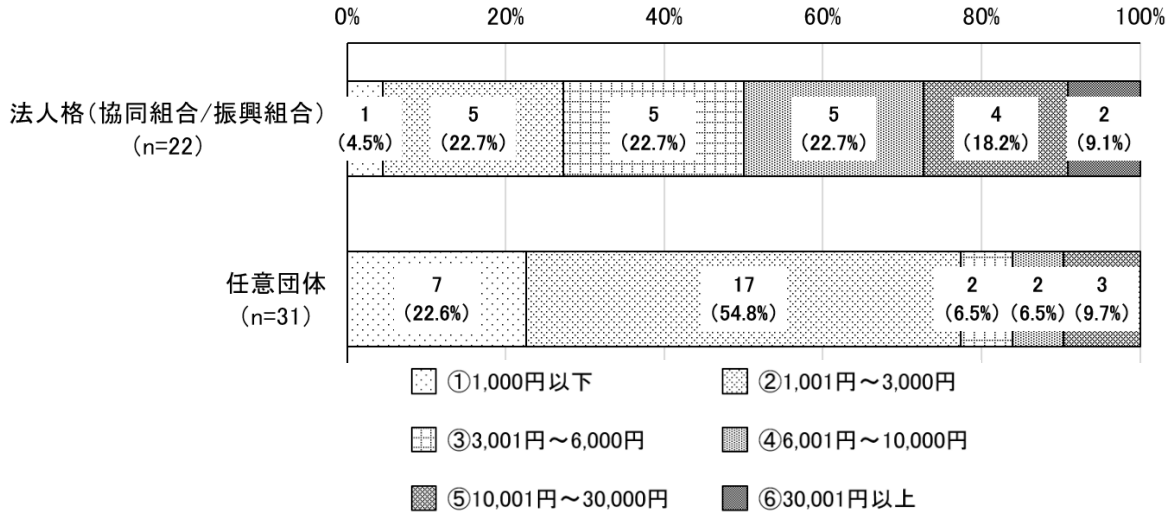
【一店舗あたりの平均月額会費は「1,001～3,000円」が最多、資金源は会費のみが約６割】

・一店舗あたりの平均月額会費は「1,001～3,000円」（41.5%）が最多、「1,000円以下」（15.1%）と合わせると56.6%が3,000円以下でした。次いで「3,001～6,000円」（13.2%）、「6,001～10,000円」（13.2%）、「10,001～30,000円」（13.2%）、「30,001円以上」（3.8%）の順でした。



・商店街組織形態別では、法人格は「10,001 円～30,000 円」（18.2%）や「30,001 円以上」（9.1%）といった高額層が一定割合を占めました。これに対し、任意団体は、「1,001 円～3,000 円」（54.8%）と「1,000 円以下」（22.6%）を合わせると、77.4%が 3000 円以下でした。

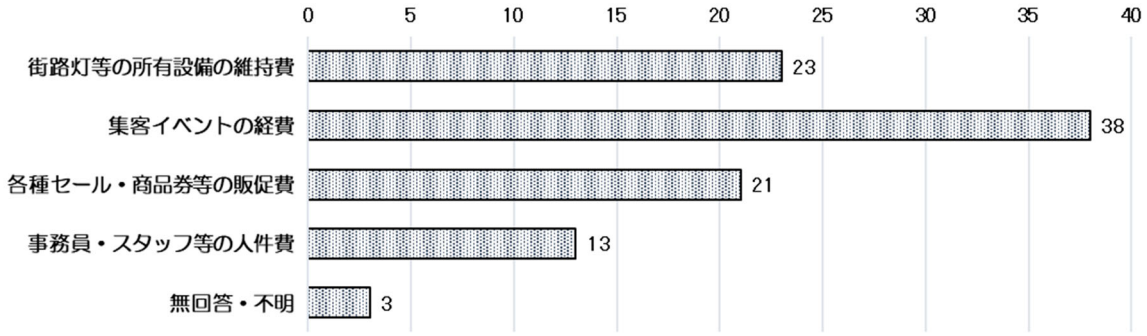
n=53



【会費の使い道として重要だと考えられているものは「集客イベントの経費」で約７割】

・重要だと思う会費の使途は「集客イベントの経費」（71.7%）が最多、「街路灯等の所有設備の維持費」（43.4%）、「各種セール・商品券等の販促費」（39.6%）、「事務員・スタッフ等の人件費」（24.5%）が続きました。

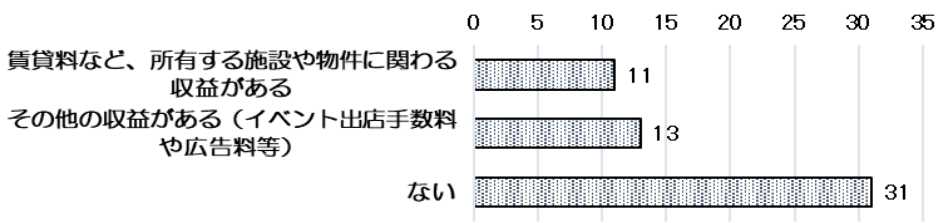
n=53



【会費以外の収益事業について「ある」が約５割弱】

・会費以外の収益事業などあるかどうか聞いたところ、「その他の収益がある（イベント出店手数料や広告料等）」（24.5%）、「賃貸料など、所有する施設や物件に関わる収益がある」（20.8%）となり、会費以外の収益がある商店街は、45.3%でした。そして、会費以外の収益事業は「ない」は、58.5%でした。

n=53



【負担感のある事務作業は「経理業務」と「会費の回収・集金」、どちらも約４割】

・負担感のある事務作業は「経理業務」（41.5%）と「会費の回収・集金」（41.5%）が最多、「補助金等の申請書類の作成」（39.6%）、「会員対応・配布物配り」（37.7%）が続きます。

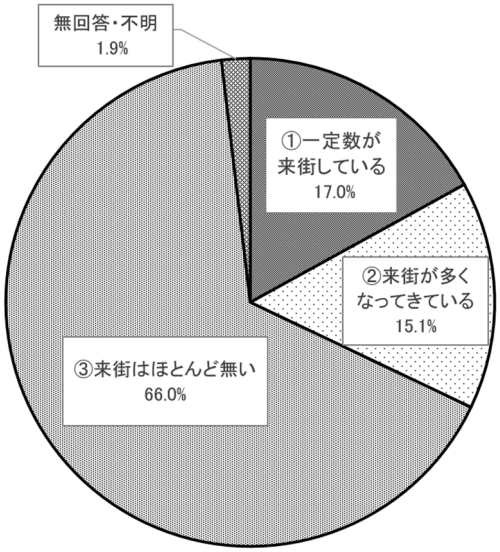
・事務作業の省力化では「デジタル化・自動化」（47.2%）が最多で、「役員・会員間で分担」（45.3%）が続き、「作業の外注」（15.1%）も見られます。

特に負担感のあるものを複数回答（３つ）　n=53

項目	回答数	構成比
①様々な電話対応	8	15.1%
②経理業務	22	41.5%
③会費の回収・集金	22	41.5%
④会員対応、配布物配り	20	37.7%
⑤補助金等の申請書類の作成	21	39.6%
⑥ゴミ袋等消耗品の販売	3	5.7%
⑦商店街所有の施設運営等	8	15.1%
⑧イベントのチラシ作成	7	13.2%
⑨イベント当日の雑務	18	34.0%
⑩ホームページやＳＮＳの管理と更新	7	13.2%
⑪フラッグや横断幕の付け替え	4	7.5%
⑫商店街の清掃	1	1.9%
⑬その他	2	3.8%

【インバウンド（外国人観光客）が来街している割合は約３割】

・外国人観光客の「来街はほとんど無い」（66.0%）が最多で、「一定数が来街している」は 17.0%、「来街が多くなってきている」は 15.1%でした。



・来街理由は「商店街の至近に観光スポットがあるから」（22.6%）が最多、「SNS やメディアで話題になった場所・店・商品があるから」（17.0%）、「交通の要所・経由地になっているから」（15.1%）、「商店街の街並みが独特なので、それを見に来るから」（11.3%）、「宿泊施設や多言語対

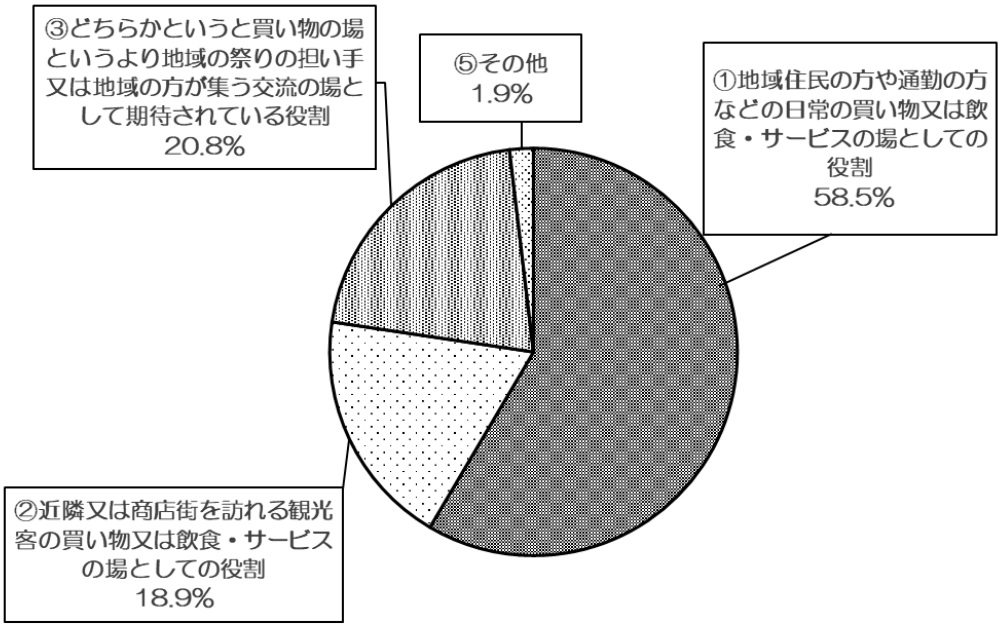
応の店が多く、街の利便性が高いから」（3.8%）、「その他」（11.3%）、「わからない」（24.5%）でした。

n=53

項目	回答数	構成比
①商店街の至近に観光スポットがあるから	12	22.6%
②商店街の街並みが独特なので、それを見に来るから	6	11.3%
③ＳＮＳやメディアで話題になった場所・店・商品があるから	9	17.0%
④宿泊施設や多言語対応する店などが多く、街の利便性が高いから	2	3.8%
⑤交通の要所・経由地になっているから	8	15.1%
⑥わからない	13	24.5%
⑦その他	6	11.3%

【最も大きいと感じる商店街の現在の役割】

・「地域住民の方や通勤の方などの日常の買い物又は飲食・サービスの場としての割合」（58.5%）が最多、「どちらかというと買い物の場というより地域の祭りの担い手又は地域の方が集う交流の場として期待されている役割」（20.8%）、「近隣又は商店街を訪れる観光客の買い物又は飲食・サービスの場としての役割」（18.9%）、「その他」（1.9%）、が続きました。



Ⅲ. ＜ヒアリング結果のまとめ＞

【各商店街の会費使途と事務作業・効率化の関係】

・会費の主な使途は街路灯の修繕・電気代、イベント費、人件費などが多く見られました。
・効率化に向けて、LINE や Google フォームを活用した連絡、会計ソフトの導入、ポスター制作の内製化など、デジタルツールを活用する商店街が複数見られました。
・事務作業は専従スタッフを置けない場合があり、会長や役員がボランティアで経理、配布物対応、施設管理など多岐にわたる業務を担っており、特に会計・書類整理・補助金対応が負担となっている商店街が見られました。

【うまくいっている収益活動の事例】

・不動産や施設（空き店舗、マンション一室、駐車場など）を貸し出し、収益を確保している商店街がありました。
・収益型イベント（バザール、ジャズイベント、盆踊り、アートコンテストなど）で出店料や協賛金を得ている商店街が見られました。
・地域団体や大学との協働イベント、グッズ販売、独自ポイントカード制度やプレミアム商品券事業の活用による収益確保をしている商店街もありました。

【インバウンド対応の取組みと課題】

・観光地に近い商店街では訪日客が増え、外国語案内や観光イベントを実施する商店街がありました。
・免税や多言語対応、キャッシュレス決済導入の難しさから受け入れを断念する商店街がありました。
・外国人観光客とのコミュニケーション不安やマナーへの懸念も挙げられました。
・オーバーツーリズムによる混雑や混乱は現状発生していないものの、今後の対応方針が定まっていないことへの不安や、取組みが属人的・個別的にとどまっている商店街が見られました。

【交流の場としての商店街の役割】

・季節行事や地域イベント（盆踊り、フリーマーケット、ハロウィン等）を通じ、多世代の地域住民との交流の場を形成している商店街が見られました。
・地域団体や大学、地元企業、他商店街との連携によるイベント開催、また地域特性を生かした独自イベント（デザイン公募、プロレスイベント、ミリタリー連携等）を実施する商店街も見られました。

【現場の商店街の声】

・経営者の高齢化と後継者不足が深刻化し、イベントや事務作業の負担が一部役員に集中しているとの声が複数ありました。
・商店街の業種構成の多様化により、共通の方向性を見出しにくい課題が見られました。
・SNS や電子マネーの活用など販促活動の可能性に期待する声もありました。